

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б. Жильцов
«_____» _____ 2017 року



РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Сучасні медіа-комунікативні технології

освітній рівень другий (магістр)

спеціальність 061 «Журналістика»

освітня програма Видавнича справа та редагування

Інститут журналістики



2017-2018 навч. рік

Робоча програма з курсу «Сучасні медіа-комунікативні технології» для студентів освітнього рівня «магістр» за спеціальністю 061 «Журналістика», галузі знань 06 «Журналістика», освітньої програми «Видавнича справа та редагування», 2017 року – 24 с.

Укладач: Іващенко Вікторія Людвігівна, доктор філологічних наук, професор кафедри видавничої справи

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол № 1 від 29 серпня 2017 року

Завідувач кафедри видавничої справи Масімова Л. Г. Масімова

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Росінська О. А. Росінська

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	6
Структура програми навчальної дисципліни	7
I. Опис предмета навчальної дисципліни	7
II. Тематичний план навчальної дисципліни	8
III. Програма	9
<i>Змістовий модуль I</i>	9
<i>Змістовий модуль II</i>	10
<i>Змістовий модуль III</i>	10
IV. Навчально-методична карта дисципліни «Сучасні медіа-комунікативні технології»	12
V. Плани семінарських занять	14
VI. Завдання для самостійної роботи	18
VII. Система поточного та підсумкового контролю	19
VIII. Методи навчання	20
IX. Методичне забезпечення курсу	21
X. Питання до екзамену	21
XI. Рекомендована література	22

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Сучасні медіа-комунікативні технології» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено на кафедрі видавничої справи на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрів журналістських спеціальностей відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Програма визначає обсяги знань, що їх повинні опанувати студенти відповідно до профілю програми, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Сучасні медіа-комунікативні технології», необхідне методичне забезпечення, складники й технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Мета дисципліни – формування у студентів системи знань щодо комунікації як соціального феномену, комунікативних моделей, стратегій, структури і технологій у вирішенні фахових завдань; про технології та ефекти комунікації, лінгвістичні й структурні впливи на комунікативну ефективність; умови та критерії ефективності фахової діяльності журналіста.

Завдання дисципліни:

- ознайомитися зі специфікою та особливостями теорій соціальної трансформації, нових та новітніх медіа-комунікативних технологій;

- оволодіти базовим інструментарієм та принципами управління сучасними медіа-комунікативними технологіями.

Під час семінарських занять та самостійної роботи студенти формують такі **програмні компетентності**:

- здатність набувати знання з теорій соціальної трансформації, нових і новітніх медіа-комунікативних технологій;

- здатність планувати медіа-комунікативну діяльність та застосовувати її у видавничій справі;

- розуміння ролі медіа-комунікативних технологій для видавничої комунікації;

- знання історії медіа та етапів становлення медіа-технологій;

- уявлення про типологічні різновиди сучасних – нових, новітніх та інноваційних технологій;

- вміння розрізняти кооперативну, конфліктогенну чи маніпулятивну стратегії в практиці використання медіа-комунікативних технологій

Програмні результати вивчення курсу «Сучасні медіа-комунікативні технології»:

- демонструвати вміння використовувати медіа-комунікативний інструментарій;

- виявляти здатність планувати медіа-комунікативну діяльність.

На вивчення навчальної дисципліни відведено: всього **120** годин, **4** кредити ECTS; з них **16** годин – лекції, **16** годин – семінарські заняття, **50** годин – самостійна робота, **8** годин – МК.

Вивчення навчальної дисципліни «Сучасні медіа-комунікативні технології» завершується складанням екзамену.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предметом вивчення навчальної дисципліни є термінологічна база медіа-комунікативних технологій, структурний рівень інструментів комунікації медійної галузі, принципи впровадження нових і новітніх технологій до системи медіа-комунікації.

Курс	Спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS: 4 кредити Змістові модулі: 3 модулі Загальний обсяг дисципліни (години): 120 годин Тижневих годин: 2 години.	Шифр та назва галузі знань спеціальність 061 «Журналістика» освітня програма «Видавнича справа та редагування» Освітньо-кваліфікаційний рівень «Магістр»	Нормативна Рік підготовки – 1. Семестр – 2. Аудиторні заняття – 32 години, з яких: лекції – 16 години; семінарські заняття – 16 години. Модульні контрольні роботи – 8 годин. Самостійна робота – 50 годин. Екзамен – 30 годин.

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Разом	Аудиторних	Лекції	Семінари	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовий модуль I. Медіа-комунікативні технології в інформаційному суспільстві							
1	Нові та новітні технології постіндустріального суспільства. Медіа-комунікативні й комунікаційні технології: етапи становлення	10	4	2	2	6	
2	Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія	10	4	2	2	6	
3	Медіа-планування як комунікативна технологія	10	4	2	2	6	
	<i>Модульна контрольна робота 1</i>	2					2
<i>Разом</i>		32	12	6	6	18	2
Змістовий модуль II. Стратегії ефективної комунікації							
4.	Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів	10	4	2	2	6	
5.	Маніпулятивні стратегії медіа-комунікативних технологій. Мовні засоби впливу	10	4	2	2	6	
	<i>Модульна контрольна робота 2-3</i>	4					4
<i>Разом</i>		24	8	4	4	12	4
Змістовий модуль III. Медіа-комунікативні технології в мережевій комунікації							
9	Комунікативні стратегії соціальних мереж	10	4	2	2	6	
10	Транзактна медійна комунікація. Конвергентні медіа як нова технологія	12	4	2	2	8	
11	Інформація в системі мережових комунікацій. Лінгвістичні та мовні аспекти технології мережевої комунікації	10	4	2	2	6	
	<i>Модульна контрольна робота 4</i>	2					2
<i>Разом</i>		34	12	6	6	20	2
<i>Екзамен</i>		30					
<i>Разом за навчальним планом</i>		120	32	16	16	50	8

III. ПРОГРАМА

Змістовий модуль I

МЕДІА-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Лекція 1. Нові та новітні технології постіндустріального суспільства. Медіа-комунікативні й комунікаційні технології: етапи становлення

Поняття «технологія» та його еволюція. Поняття «сучасні технології» в системі суміжних понять. Технології нових медіа. Інформаційно-[теле]комунікаційні технології. Соціогуманітарні технології як технології маніпулювання. Комунікаційні й комунікативні технології в аспекті проблем комп'ютерної та соціальної комунікації. Конвергентні технології.

Поняття «медіа» і «мас-медіа». Медіа-комунікація і масова комунікація. Історія медіа та етапи становлення медіа-технологій. [Мас-]медіа – комунікативний простір і [мас-]медіа – комунікаційний простір. Медіа-комунікативні технології та їхні різновиди.

Семінарське 1. Нові та новітні технології постіндустріального суспільства. Медіа-комунікативні й комунікаційні технології: етапи становлення

Лекція 2. Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія

Поняття соціальної інженерії. Сфери застосування. Складники, етапи й типи соціотехнологій в аспекті медіа-комунікації. Концепція соціальної інженерії, її завдання й напрями.

Соціальна інженерія і соціальні комунікації. Соціальна інженерія і соціологія управління. Журналістика і соціальна інженерія.

Спін-докторинг.

Семінарське 2. Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія

Лекція 3. Медіа-планування як комунікативна технологія

Медіа-планування як інтегрована комунікація. Основні поняття.

Інформаційна кампанія. Мета інформаційної кампанії та [соціо]психологічні складники її досягнення. Параметри визначення цільової аудиторії. Інформаційне повідомлення. Інформаційні продукти. Етапи планування інформаційної кампанії. Медіа-план. Медіа-канали. Медіа-мікс. Комунікативно-інформаційний аудит медіа-плану.

Типи інформаційних кампаній. Рекламна кампанія та її мета. Критерії для вибору медіа-каналу та їх показники. Етапи медіа-планування рекламної кампанії.

Етапи медіа-планування рекламної кампанії видавничої продукції.

Специфіка медіа-планування в різних медіа. Комунікативне медіа-планування.

Схема аналізу.

Семінарське 3. Медіа-планування як комунікативна технологія

Модульна контрольна робота I

Змістовий модуль II

СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Лекція 4. Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів

Комунікативна ситуація, її типи. Моделі комунікації. Масова комунікація, медіа-комунікація, мережева комунікація. Ефективна та неефективна комунікація. Умови і моделі ефективної комунікації. Інформаційний комфорт. Оцінювання результативності комунікації.

Типологія комунікативних ефектів. Позитивний і негативний комунікативні ефекти в ЗМІ. Прийоми й засоби впливу задля досягнення позитивного комунікативного ефекту. Помилки при формуванні комунікативного ефекту. Комунікативні моделі реагування.

Мовні аспекти комунікативної ефективності. Інформаційний резонанс. Мовні засоби інформаційного комфорту.

Семінарське 4. Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів

Лекція 5. Маніпулятивні стратегії медіа-комунікативних технологій

Маніпуляція і медіа-маніпуляція. Ознаки маніпуляції. Способи маніпуляції. Маніпулятивна і комунікативна стратегії. Маніпулятивні і комунікативні тактики. Рівні маніпуляцій. Засоби маніпулятивного впливу в медіа-текстах. Медіа-свідомість. Способи маніпуляції.

Маніпулятивні технології в мас-медійній комунікації (телевізійній, радіо-, пресовій та електронній).

Мовленнєва маніпуляція / мовне маніпулювання в журналістських матеріалах.

Семінарське 5. Маніпулятивні стратегії медіа-комунікативних технологій

Модульна контрольна робота 2-3

Змістовий модуль III

МЕДІА-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕРЕЖЕВІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Лекція 6. Комунікативні стратегії соціальних мереж

Соціальна мережа як комунікативна система. Типологія комунікативних стратегій соціальних мереж. Специфіка та моделі комунікації в мережевому середовищі. Діалогічна спрямованість мовлення в соціальних мережах.

Інтернет-комунікація та її жанри. Видавнича комунікація у соціальних мережах.

Персоналізація, вербальна і невербальна саморепрезентація в соціальних мережах.

Семінарське 6. Комунікативні стратегії соціальних мереж

Лекція 7. Транзактна медійна комунікація. Конвергентні медіа як нова технологія

Транзактні медійні технології як нові комунікативні технології і масовокомунікативні технології.

Конвергенція мас-медіа та медіа-комунікації.

Трансмедійний сторителінг (TS) та його жанрова своєрідність. Розвиток нового жанрового формату.

Концепція блогу як технології нових медіа. Мікроблоги.

Лонгрид як формат подавання матеріалу.

Семінарське 7. Транзактна медійна комунікація. Конвергентні медіа як нова технологія

Лекція 8. Інформація в системі мережевих комунікацій. Лінгвістичні та мовні аспекти технології мережевої комунікації

Становлення мережевого суспільства. Специфіка інформації в мережевій комунікації, її життєвий цикл.

Інтернет-лінгвістика. Лінгвістичні аспекти мережевої комунікації.

Мережева мова / мова онлайн-медіа. Креолізовані тексти та їх класифікація.

Контекстуальність комунікації в мережі. Віртуальна мовна особистість інтернет-комунікації.

Семінарське 8. Інформація в системі мережевих комунікацій. Лінгвістичні та мовні аспекти технології мережевої комунікації

Модульна контрольна робота 4

IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

«Сучасні медіа-комунікативні технології»

Усього: **120** годин; із них лекції – **16** годин, семінарські заняття – **16** годин, самостійна робота – **50** годин, МК – **8** годин, екзамен – **30** годин.

9 семестр

Тиждень	I	II	III
Модулі	Змістовий модуль I Медіа-комунікативні технології в інформаційному суспільстві		
Кількість балів за модуль	66		
Лекції	1	2	3
Теми лекцій	Нові та новітні технології постіндустріального суспільства. Медіа-комунікативні й комунікаційні технології: етапи становлення (1 бал)	Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія (1 бал)	Медіа-планування як комунікативна технологія (1 бал)
Теми семінарських занять	Нові та новітні технології постіндустріального суспільства. Медіа-комунікативні й комунікаційні технології: етапи становлення (11 балів)	Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія (11 балів)	Медіа-планування як комунікативна технологія (11 балів)
Самостійна робота	(5 балів)		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота I (25 балів)		
Тиждень	IV	V	
Модулі	Змістовий модуль II Стратегії ефективної комунікації		
Кількість балів за модуль	79		
Лекції	4	5	
Теми лекцій	Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів (1 бал)	Маніпулятивні стратегії медіа-комунікативних технологій. Мовні засоби впливу (1 бал)	
Теми семінарських занять	Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів (11 балів)	Маніпулятивні стратегії медіа-комунікативних технологій. Мовні засоби впливу (11 балів)	
Самостійна робота	(5 балів)		

Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2-3 (25x2=50 балів)		
Тиждень	VI	VII	VIII
Модулі	Змістовий модуль III Медіа-комунікативні технології в мережевій комунікації		
Кількість балів за модуль	66		
Лекції	6	7	8
Теми лекцій	Комунікативні стратегії соціальних мереж (1 бал)	Транзактна медійна комунікація. Конвергентні медіа як нова технологія (1 бал)	Інформація в системі мережеских комунікацій. Лінгвістичні та мовні аспекти технології мережевої комунікації(1 бал)
Теми семінарських занять	Комунікативні стратегії соціальних мереж (11 балів)	Транзактна медійна комунікація. Конвергентні медіа як нова технологія (11 балів)	Інформація в системі мережеских комунікацій. Лінгвістичні та мовні аспекти технології мережевої комунікації (11 балів)
Самостійна робота	(5 балів)		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)		
Всього	211		

V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I

МЕДІА-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Семінарське 1. Нові та новітні технології постіндустріального суспільства. Медіа-комунікативні й комунікаційні технології: етапи становлення

1. Зміст поняття «технологія», його еволюція. Кореляція понять «сучасні» – «нові» – «новітні» – «інноваційні технології». Технології нових медіа.
2. Типологія інформаційно-[теле]комунікаційних та соціогуманітарних технологій. Комунікаційні й комунікативні технології в аспекті проблем комп'ютерної та соціальної комунікацій. Конвергентні технології.
3. Поняття «медіа» і «мас-медіа». Медіа-комунікація і масова комунікація.
4. Історія медіа та етапи становлення медіа-технологій.
5. [Мас-]медіа як комунікативний простір і [мас-]медіа як комунікаційний простір. Медіа-комунікативні технології та їхні різновиди.

Комплексне завдання. Підготувати розповідь про одну з нових, новітніх або інноваційних технологій постіндустріального суспільства (на вибір). За можливості продемонструвати її в мережі Інтернет.

Література

Основна: [1, 8, 13, 15, 16, 19, 23, 26, 27, 29, 30, 39].

Допоміжна: [6, 10, 11, 12].

Інтернет-джерела: [4, 5, 13].

Семінарське 2. Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія

1. Поняття соціальної інженерії. Сфери застосування.
2. Складники, етапи й типи соціотехнологій в аспекті медіа-комунікації.
3. Концепція соціальної інженерії, її завдання й напрями.
4. Соціальна інженерія і соціальні комунікації.
5. Соціальна інженерія і соціологія управління.
6. Журналістика і соціальна інженерія.

Комплексне завдання. Рольова гра «Спін-докторинг».

Посада: Ви – спін-доктор. Мета – корекція інформаційного простору. Завдання: створити інформаційний продукт, який забезпечив би досягнення мети. План: 1) опис події; 2) формування мети і завдання; 3) інформаційна підготовка події; 4) створення позитивного контексту для інформації про подію; 5) виділення необхідного ракурсу подавання інформації про подію; 6) утримування уваги на події.

Література

Основна: [1, 16, 17, 27, 30].

Допоміжна: [9].

Інтернет-джерела: [13, 14, 15].

Семінарське 3. Медіа-планування як комунікативна технологія

1. Медіа-планування як інтегрована комунікація. Основні поняття.

2. Інформаційна кампанія. Мета інформаційної кампанії, [соціо]психологічні та культурологічні складники її досягнення.
3. Основні принципи успішної інформаційної кампанії.
4. Етапи планування інформаційної кампанії. Медіа-план. Медіа-канали. Медіа-мікс.
5. Комунікативно-інформаційний аудит медіа-плану.
6. Рекламна кампанія та її мета. Критерії для вибору медіа-каналу та їх показники. Етапи медіа-планування рекламної кампанії. Ефект «zapping» (перемикання каналів).
7. Специфіка медіа-планування в різних медіа. Ефект «присутності».

Комплексні завдання. Здійснити комунікативне медіа-планування одного з телеканалів.

Література

Основна: [2, 9, 10, 11, 16, 21, 27, 28].

Допоміжна: [2, 5].

Інтернет-джерела: [6, 8].

Модульна контрольна № 1. Розробити поетапний медіа-план рекламної кампанії нового видавничого продукту з урахуванням використання нових, новітніх або інноваційних технологій.

Змістовий модуль II СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Семінарське 4. Ефективна комунікація. Типологія комунікативних ефектів

1. Комунікативна ситуація, її типи.
2. Моделі комунікації.
3. Масова комунікація, медіа-комунікація, мережева комунікація.
4. Ефективна та неефективна комунікація. Умови і моделі ефективної комунікації. Інформаційний комфорт. Інформаційний резонанс.
5. Типологія комунікативних ефектів.
6. Прийоми й засоби впливу задля досягнення позитивного комунікативного ефекту. Помилки при формуванні комунікативного ефекту.
7. Комунікативні ефекти сприймання інформації. Комунікативні моделі реагування.

Комплексні завдання:

1. Оцінити журналістський текст (на вибір) із позиції результативності комунікації.
2. На прикладах показати позитивний або негативний комунікативні ефекти в ЗМІ (на вибір).

Література

Основна: [1, 20, 26, 31, 34, 35].

Допоміжна: [13, 16].

Інтернет-джерела: [10, 11].

Семінарське 5. Маніпулятивні стратегії медіа-комунікативних технологій

1. Маніпуляція, її ознаки. Медіа-маніпуляція.
2. Маніпулятивна й комунікативна стратегії. Маніпулятивні й комунікативні

тактики.

3. Рівні маніпуляцій.
4. Засоби маніпулятивного впливу в медіа-текстах.
5. Медіа-свідомість. Способи маніпуляції.

Комплексні завдання:

1. Віднайти засоби маніпулятивного впливу в одній із телепередач (на вибір).
2. Віднайти засоби маніпулятивного впливу в мережі Інтернет.
3. Проаналізувати мовні засоби маніпулювання в медіа-текстах.

Література

Основна: [1, 3, 16, 24, 27, 30–33, 36–38, 42, 43].

Допоміжні: [3, 4, 14, 15].

Інтернет-джерела: [9, 13].

Модульна контрольна № 2-3. Обраний журналістський матеріал (медіа-текст) оцінити з позиції ефективності – неефективності комунікації. Виписати мовні засоби впливу. Проаналізувати їх. Обґрунтувати обрання тієї чи іншої комунікативної стратегії (кооперативної, конфліктогенної чи маніпулятивної) й тактик. За наявності маніпулятивної стратегії зазначити засоби маніпулятивного впливу.

Змістовий модуль III

МЕДІА-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕРЕЖЕВІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Семінарське 6. Комунікативні стратегії соціальних мереж

1. Соціальна мережа як комунікативна система.
2. Типологія комунікативних стратегій соціальних мереж.
3. Специфіка та моделі комунікації в мережевому середовищі. Діалогічна спрямованість мовлення в соціальних мережах
4. Інтернет-комунікація та її жанри.
5. Видавнича комунікація у соціальних мережах.

Комплексні завдання:

1. Презентувати один із жанрів інтернет-комунікації (за вибором та за необхідності в режимі «онлайн»).
2. Навести приклади персоналізації в інтернет-комунікації (за вибором та за необхідності в режимі «онлайн»).
3. Створити вербальну і невербальну самопрезентацію в соціальних мережах (за можливості презентувати в режимі «онлайн»).

Література

Основна: [4, 5, 7, 18, 25, 40].

Допоміжна: [1].

Інтернет-джерела: [2, 3, 7, 12].

Семінарське 7. Транзактна медійна комунікація. Конвергентні медіа як нова технологія

1. Зіставити транзактні медійні технології як нові комунікативні технології і масовокомунікативні технології як традиційні.

2. Конвергенція мас-медіа та медіа-комунікації.
3. Розвиток нового жанрового формату.

Комплексні завдання:

1. Навести приклад сторителінгу (за вибором та за необхідності в режимі «онлайн»), розкрити його жанрову своєрідність.
2. Навести приклад лонгриду (за вибором та за необхідності в режимі «онлайн»), розкрити його жанрову своєрідність.
3. Презентувати один із блогів (за вибором та за необхідності в режимі «онлайн»), розкрити його жанрову своєрідність.

Література

Основна: [5, 7, 30].

Допоміжна: [7, 8].

Інтернет-джерела: [1, 12].

Семінарське 8. Інформація в системі мережевих комунікацій. Лінгвістичні та мовні аспекти технології мережевої комунікації

1. Становлення мережевого суспільства.
2. Специфіка інформації в мережевій комунікації, її життєвий цикл.
3. Інтернет-лінгвістика. Лінгвістичні аспекти мережевої комунікації.
4. Мережева мова / мова онлайн-медіа.
5. Контекстуальність комунікації в мережі.
6. Віртуальна мовна особистість інтернет-комунікації.

Комплексне завдання.

1. Навести приклад одного з різновидів креолізованого тексту (за необхідності в режимі «онлайн»), розкрити його специфіку.

Література

Основна: [6, 12, 14, 22, 41].

Допоміжна: [7, 8].

Інтернет-джерела: [1, 12].

Модульна контрольна № 4. На одному з прикладів видавничої комунікації у соціальних мережах (за вибором та за необхідності в режимі «онлайн») показати можливість використання конвергентних медіа з метою просування видавничого продукту.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль I. Медіа-комунікативні технології в інформаційному суспільстві (16 годин)

1. На конкретному прикладі розкрити етапи медіа-планування рекламної кампанії.
2. Розкрити етапи планування однієї з інформаційних кампаній на підприємстві (за вибором).

Змістовий модуль II. Стратегії ефективної комунікації (18 годин)

1. Віднайти в тексті (за вибором) мовні засоби маніпулювання. Зазначити прагматичну мету їх використання.
2. Визначити комунікативний ефект (ефекти), який запланував автор тексту.

Змістовий модуль III. Медіа-комунікативні технології в мережевій комунікації (16 годин)

1. Створити текст у жанрі мережових ЗМІ.
2. Зіставити особливості мовного оформлення кількох жанрів інтернет-спілкування (за вибором).

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

Таблиця 6.1

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль і теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
<i>Змістовий модуль I (16 годин)</i>			
Медіа-комунікативні технології в інформаційному суспільстві	Практичне заняття, модульний контроль, екзамен	5	I-II
<i>Змістовий модуль II (18 годин)</i>			
Стратегії ефективної комунікації	Практичне заняття, модульний контроль, екзамен	5	VII
<i>Змістовий модуль III (16 годин)</i>			
Медіа-комунікативні технології в мережевій комунікації	Практичне заняття, модульний контроль, екзамен	5	VIII
<i>Разом: 50 годин</i>	<i>Разом: 15 балів</i>		

VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Сучасні медіа-комунікативні технології» оцінюють за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

Таблиця 8.1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	8	8
2	Відвідування лекційних занять	1	8	8
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	3	15
4	Робота на практичному занятті	10	8	80
5	Модульна контрольна робота	25	4	100
Максимальна кількість балів 211				

Розрахунок: $211:60=3,5$

Студент набрав: 190

Оцінка: $190:3,5=54$ (бала за семестр), додається екзамен (max 40 балів)

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовано такі *методи*:

- 1) **усного контролю**: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен (онлайн-завдання);
- 2) **письмового контролю**: модульна контрольна робота, екзамен (теоретичні питання).

Таблиця 8.2

Порядок переведення рейтингових показників успішності у європейські оцінки ECTS

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно — відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре — досить високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок
C	75-81	Добре — в цілому добрий рівень знань (умінь) з

	балів	незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання — незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу — досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

Кожний модуль містить бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) **за джерелом інформації:** *словесні* – лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда; *наочні* – спостереження, ілюстрація, демонстрація; *практичні* – проекти;

2) **за логікою передавання та сприймання навчальної інформації:** індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні;

3) **за ступенем самостійності мислення:** репродуктивні, пошукові, дослідницькі;

4) **за ступенем керування навчальною діяльністю:** під керівництвом викладача; самостійна робота студентів; виконання індивідуальних навчальних завдань.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) **методи стимулювання інтересу до навчання:** навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення проблемних ситуацій, робота над груповими проектами.

IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- опорні конспекти лекцій;
- навчальні посібники;
- робоча навчальна програма;
- засоби підсумкового контролю (завдання для модульних контрольних робіт).

X. ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Поняття технологій та сучасних технологій. Нові й новітні технології. Різновиди медіа-комунікативних технологій.
2. Поняття «медіа» і «мас-медіа». Комунікативні й комунікаційні технології в аспекті комп'ютерної та соціальної комунікації.
3. Медіа-комунікація і масова комунікація.
4. Мережеве суспільство, його становлення.
5. Інформація в системі мережевих комунікацій.
6. Мережеві мови. Інтернет-лінгвістика.
7. Специфіка медіа-планування в різних медіа.
8. Маніпуляція і медіа-маніпуляція. Поняття маніпулятивної та комунікативної стратегій, маніпулятивних і комунікативних тактик. Засоби маніпулятивного впливу в медіа-текстах.
9. Поняття комунікативного ефекту та ефективності комунікації. Типологія комунікативних ефектів.
10. Медіа-планування як комунікативна технологія. Медіа-план і медіа-канал.
11. Конвергентні медіа як нова технологія.
12. Особливості видавничої комунікації у соціальних мережах.
13. Соціальна інженерія як медіа-комунікативна й комунікаційна технологія, сфери її застосування.
14. Соціальна мережа як комунікативна система.
15. Типологія мережевої комунікації.
16. Основні етапи медіа-планування.
17. Інформаційно-[теле]комунікаційні та соціогуманітарні (Hi-Hume) технології.
18. Специфіка інформації в мережевих комунікаціях, її життєвий цикл.
19. Історія *media* та етапи їх становлення.
20. Медіа-свідомість. Способи маніпуляції. Маніпуляції суспільною свідомістю в мас-медійній комунікації.
21. Зіставити особливості мовного оформлення кількох жанрів інтернет-спілкування (за вибором).
22. На конкретному прикладі показати особливості персоналізації в соціальних мережах.
23. На конкретному прикладі розкрити етапи планування інформаційної кампанії (за вибором).
24. Проаналізувати основні моделі комунікації в Інтернеті.

25. Розкрити концепцію блогу і мікроблогу як технологій нових медіа.
26. Розкрити й проаналізувати параметри визначення цільової аудиторії в медіа-плануванні.
27. Проаналізувати соціопсихологічні складники досягнення мети в інформаційній кампанії.
28. Показати особливості використання мовних засобів маніпулювання в мас-медіа.
29. Розкрити особливості діалогічного мовлення в соціальних мережах.
30. Розкрити особливості мови онлайн-медіа.
31. Здійснити загальний аналіз комунікативного медіа-планування телеканалу (за вибором).
32. Розкрити специфіку комунікативного медіа-планування одного з телеканалів (за вибором).
33. Розкрити особливості мовного оформлення одного з жанрів інтернет-спілкування
34. (за вибором).
35. Створити невербальну саморепрезентацію у просторі соціальних мереж.
36. Створити невербальний текст для соціальних мереж.
37. Здійснити медіа-планування рекламної кампанії на підприємстві (за вибором) .
38. На одному з прикладів створення інформаційного продукту (за вибором) розкрити механізм спін-докторингу.
39. На конкретному прикладі показати особливості лонгриду як одного з форматів подання журналістського матеріалу.
40. На конкретному прикладі проаналізувати жанрову своєрідність сторителінгу.
41. На конкретному прикладі показати особливості реалізації концепції соціоінженерної діяльності в реаліях української культури.
42. Створити текст у жанрі мережевих ЗМІ.
43. Віднайти в тексті (за вибором) мовні засоби маніпулювання. Зазначити прагматичну мету їх використання.
44. Розробити медіа-план рекламної кампанії нового видавничого продукту.
45. На конкретному прикладі розкрити етапи медіа-планування рекламної кампанії.
46. Визначити комунікативний ефект (ефекти) тексту (за вибором).
47. Створити вербальну саморепрезентацію у просторі соціальних мереж.
48. Зіставити транзактні медійні й масовокомунікативні технології.

XI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Бузин В.Н. Основи медіапланування: Курс лекцій. – М.: Міжнародний інститут реклами, 2008. – 243 с.
3. Гарбадин А. Теорія комунікативної дії Ю. Габермаса: теоретична спорідненість з ідеями демократії // Політична наука в Україні: стан і перспективи: матеріали всеукраїнської наукової конференції (Львів, 10–11 травня 2007). – Львів, ЦПД, 2008. – 308 с.
4. Городенко Л.М. Класифікація ознак мережевої комунікації // Проблеми соціальної комунікації. – 2012. – Вип. 15. – С. 25–29.

5. Городенко Л. М. Комунікативні парадигми розвитку мережесих соціальних спільнот // Інформаційне суспільство. – 2014. – Вип. 19.
6. Городенко Л. М. Структурні особливості інформації в системі мережесих комунікацій // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2012. – Вип. 3. – С. 52–55.
7. Городенко Л. М. Українські журналістичесих дослідження мережесих комунікацій // Українське журналістичесих вство. – 2012. – Вип. 13. – С. 10–14.
8. Горохов В.Г., Розин В.М. Введение в философию техники. – М., 1998.
9. Грицяк Н.В., Баровська А.В. Інформаційні кампанії як механізм підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері євроінтеграції // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 2 (3). – С. 37–44.
10. Денесюк С.Г. Комунікологія: навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2015. – 102 с.
11. Діброва Т.Г. Рекламна кампанія: процедура реалізації медіастратегії // Економічний вісник НТУУ «КПІ»: Зб. наук. праць. – 2008. – № 5. – С. 343–348.
12. Завадська О.В. Феномен креолізованого тексту: актуальна проблема сучасних лінгвістичесих досліджень // Лінгвістичесих дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди. – 2016. – Вип. 43. – С.131–147.
13. Зражевська Н.І. Комунікаційні технології: лекції. – Черкаси: Брама-Україна, 2010. – 224 с.
14. Иванов Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста // Словарь и культура устной речи. – М.: Азбуковник, 2000. – С.131–147.
15. Иванова Е.В. Технология и её роль в эволюционном развитии общества // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 9 (147): Экономика. – Вып. 20. – С. 42–45.
16. Інформатизація управління соціальними системами : Організаційно-правові питання теорії і практики : навч. пос. / В.Д. Гавриловський, Р.А. Калюжний, В.С. Цимбалюк та ін.; за заг. ред. М.Я. Швеця, Р.А. Калюжного. – К.: МАУП, 2003. – 336 с.
17. Інформаційна та кібербезпека: соціотехнічний аспект: підручник / В.Л. Бурячок, В.Б. Толубко, В.О. Хорошко, С.В. Толюпа. – К.: ДУТ, 2015. – 288 с.
18. Іщук С.М. Інтернет-комунікації: інформаційний зміст та ігровий характер // Вісник Національного авіаційного університету. – 2008. – № 2. – С. 87–91.
19. Кислова О.М., Берднік К.О. Нові медіа як комунікативні технології ХХІ століття: наслідки мережевізації та інтелектуалізації комунікацій // Соціальні технології: заради чого? Яким чином? З яким результатом?: Монографія / Колектив авторів, наук. ред. В. І. Подшивалкіна. – Одеса: «Одеський національний університет імені І.І. Мечнікова», 2015. – С. 277–288.
20. Корнеєв В.М. Підходи до вивчення прихованого текстового впливу // Вісник Київського ун-ту. Журналістика. – 2001. – Вип. 9. – С. 75–79.
21. Крутушкіна О.В. Стратегічний комунікаційний аудит торговельного підприємства: сутність та методологія // Вісник Донецького Національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2009. – № 3 (43). – С. 233–239.
22. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: Монография. – Волгоград: Перемена, 2009. – 477 с.
23. Матвієнко В.Я. Соціальні технології / В. Я. Матвієхнко. – К., 2001.
24. Нестеряк Ю.М. Державна підтримка ЗМІ: європейські традиції та українська практика // Вісник Київського національного університету. Журналістика. – 2002. –

№ 10. – С. 50–52.

25. Остапенко И.А. Гендерная идентичность и самопрезентация в Интернет-коммуникации: Социально-философский анализ: Дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. – Ростов н/Д, 2004. – 196 с.
26. Почепцов Г.Г. Коммуникационные технологии. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
27. Почепцов Г.Г. Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей. – К.: Альтпрес, 2010. – 254 с.
28. Примак Т.О. Маркетингова Політика Комунікацій: навч. пос.. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.
29. Прокопенко Б.В. Соціогуманітарні технології: маніпулятивний аспект // Філософія науки: традиції та інновації. – 2015. – № 1 (11). – С. 84–91.
30. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». — К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008.— 260 с.
31. Різун В.В., Непийвода НФ., Корнєєв В. М. Лінгвістика впливу. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с.
32. Різун В.В., Цимбаленко Є.С. Медіакомунікації: до визначення понять // Українське журналістикознавство. – 2013. – Вип. 14. – С. 50.
33. Руда О. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: Монографія. – К., 2012. – 232 с.
34. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селиванова. – К.: Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с.
35. Селіванова О. О. Основы теорії мовної комунікації: Підручник / О. О. Селіванова. – Черкаси: Вид-во Чабаненко Ю.А. – 2011. – 350 с.
36. Сковородников А.П. О необходимости размежевания понятий «риторичний прийом», «стилістична фігура», «мовна тактика», «мовний жанр» в практиці термінологічної лексикографії // Риторика. Лінгвістика: зб. статей. – Смоленськ: СДПУ, 2004. – Вип. 5. – С. 5–11.
37. Сліпецька В. Д. Негатив у комунікації , чи маніпулятивні стратегії і тактики конфліктного спілкування: дослідницькі постулати і перспективи // Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки. – Вип. 3 (69). – С. 287–290.
38. Сорокіна Л. Комунікативна стратегія vs. маніпулятивна стратегія // Актуальні питання іноземної філології. – 2015. – № 2. – С. 101–104.
39. Стасюк Т.В. Концептуалізація термінопоняття «технологія» в діахронічній та синхронічній перспективі // Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. – 2014. – Вип. 28. – С. 39–45.
40. Сухорольський П.М., Хлібойко Г.П. Персоналізація в Інтернеті та її вплив на забезпечення прав людини // Правова інформатика. – 2013. – № 4. – С. 3–9.
41. Шилінська І. Лінгвостилістичні аспекти інтернет-комунікації // Мандрівець. – 2014. – № 5. – С. 67–69.
42. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект: Монографія. – К., 2012. – 440 с.

43. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: Навч. пос. – К.: Видавничий центр «Академія», 2010. – 312 с.

Допоміжна:

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Монографія. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Гасаненко Н.А. Як оцінювати ефективність соціальної реклами // Маркетинг і реклама. – 2006. – № 7–8. – С. 17–20.
3. Дейк Т.А., ван. Язык. Познание, Коммуникация / Сост. В.В. Петров; Под ред. В.И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
4. Зайцева М.О. Засоби маніпулятивного впливу в сучасному політичному дискурсі (лінгвістичний аспект) // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. – 2012. – Вип. 34. – С. 101–104.
5. Назайкин А. Медиапланирование на 100 %. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 460 с.
6. Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв'язки з громадськістю» / За заг. ред. В. Е. Шевченко. – К.: Паливода А. В., 2012. – 412 с.
7. Почепцов Г. Революция.com. Основы протестной инженерии / предисл. Д. Корчинский. – М.: Европа, 2005. – 520 с. (Серия «Технологии»).
8. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. – К.: Спадщина, 2012. – 462 с.
9. Соціальне проектування // Тезаурус соціології: тематичний словник-довідник / За ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 487 с.
10. Сочалов В. Медіакомунікативні технології в системі держуправління Сингапуру // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. ОРІДУ / Голов. ред. М.М. Іжа. – Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2014. – Вип. 4 (60). – С.173–176.
11. Стасюк Т.В. Ієрархія концептосфери «Новітні технології» // Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. □ Педагогіка. Психологія. – 2013. – Вип.27. – С. 89–94.
12. Стасюк Т. В. Термінологія новітніх технологій // . – 2008. – Вип. 17. – С. 79–86.
13. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В. Г. Королька. – К.: 2003. – 216 с.
14. Українська мова. Енциклопедія. – К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2000. – 752 с.
15. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс // Першоджерела комунікативної філософії. – К.: Либідь, 1996. – С.84–91.
16. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: Підручник-практикум. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 130 с.

Інтернет-джерела:

1. Городенко Л.М. Цифрова та інформаційна нерівність у мережевій комунікації // Інформаційне суспільство. – 2012. – Вип. 16. – С. 56–59. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2012_16_12

2. Етика мережевого спілкування. – Режим доступу: <http://ladyfacts.xyz/kultura-i-suspilstvo/etika/65636-etika-merezhevogo-spilkuvannja.html>
3. Жигаліна О.О. Блог як гіпержанр інтернет-комунікації // Психолінгвістика. – 2009. – Вип. 4. – С. 210–216. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2009_4_28
4. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій». – 2006. – Ст. 1. [Київ, 14 вересня 2006 року, N 143-V]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/143-16>
5. Закон України «Про інноваційну діяльність». – Режим доступу: № 40-IV 04.07.2002. <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
6. Канаев Д.А. Практика медиапланирования. – Режим доступу: http://www.mediaplanirovanie.ru/ru/mediaplanning/theory_and_practice/articles/practice.htm
7. Каптюрова В.В. Синкретизм монологу, діалогу та полілогу в Інтернет-комунікації // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: 2013. – Вип. 43(2). – С. 129–137. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mikks_2013_43\(2\)_22.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mikks_2013_43(2)_22.pdf)
8. Кушнар'єв В.В. Використання засобів масової інформації для реклами культурного туризму: проблеми взаємостосунків // Актуальні питання культурології. – 2011. – Вип.11. – С.76–81. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Afina/2011_11/kuchnar.pdf
9. Лемеш В.Г. Засоби маніпулятивного впливу у смисловому просторі англomовного медіатексту // VII Международная научно-практическая конференция «Наука в информационном пространстве» (29–30 сентября 2011). – WEB-ресурс научно-практических конференций: http://www.confcontact.com/20110929/iy_lemesh.php
10. Непийвода Н.Ф. Інтерактивна стилістика. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1070>
11. Непийвода Н.Ф. Мовні засоби інформаційного комфорту. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=245>
12. Почепцов Г.Г. Мережеві комунікації. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/merezhevi_komunikatsii/
13. Різун В. В. Природа й структура комунікативного процесу. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>
14. Современный гипноз или социальный инжиниринг. Как это работает. – Режим доступа: <http://hpc.name/thread /6764/p1.html>
15. Шилова В.В. Вплив комунікаційних технологій як засобів соціального інжинірингу в телевізійних новинах. – Режим доступу: http://seanewdim.com/uploads/3/2/1/3/3213611/shilova_v.v._effect_communication_technologies_as_funds_socio_engineering_in_tv-news.pdf